

# せーのと客層開拓

## 渋谷109-②に10日開店

フリーズインターナショナル(広瀬啓二社長)は今秋、オリジナルを主力としたメンズセレクトショップの新業態「VXF」を立ち上げる。10日に1号店を渋谷109-②の1階にオープンする。「ヴァンキッシュ」などのブランドを持つせーのと商品の開発・構成で協業することで新客層を開拓する。店舗面積は約80平方メートルで、初年度の売り上げ目標は2億円。

ショップの主力となるのは、せーのが開発したオリジナルブランド「レジェンダ」。10代後半、20代半ばをターゲットに、ワークやバイクといった男らしいカルチャーをテーマにしたカジュアルを揃える。その他の

買い付け品などせーのとの意見交換をしながら調達する。商品構成は80%がオリジナル、10%が国内ブランドの買い付け、10%がインポート。価格は「既存のマルキユー系よりも少しグレード感の高いゾ

ーン」を意識し、中心価格はジャケットで1万6800円、パンツ1万4000円、シャツで8800円。内装はバイクのガレージをイメージした無骨な雰囲気。同社は今春に「フリーズショップメン」を立ち

上げ、メンズ分野の強化を進めている。新客層の開拓としてマルキユー系と大手セレクトショップのプリッシゾンを狙い、「フリーズショップメンの新業態」としてVXFを立ち上げる。109のメンズを充実したいという東急モールのズベロップメント(TMD)

の要請も受けていた。新分野への挑戦に向けたパートナーとして、ヤングで実績がありフリーズショップメンでも協業商品企画したせーのとの取り組みを企画した。

「互いに新しいマーケットを開拓したいというニーズがマッチした」(広瀬社長)。今後の出店については「1号店の動向を見てから判断する」としている。

2009/09/04  
織研新聞  
2面